



# Für den Bus begeistern

**BUSLINIENFERNVERKEHR** Die Liberalisierung des Buslinienfernverkehrs am 1. Januar 2013 hat zu einer lange nicht gekannten Medienpräsenz des Busses geführt. busplaner hat sich umgehört, welche Auswirkungen dies auf die Bustouristik haben könnte.

## Vorurteile werden revidiert



Positiv ist eine generell steigende Nachfrage für den Busverkehr. Dies verspricht, neben zusätzlichem Geschäft, eine Verbesserung des Images und es können Zielgruppen erreicht

werden, die bislang den Reisebus nicht genutzt haben. So lassen sich Vorurteile revidieren, dass der Bus nur etwas für die ältere Generation ist. Also, insgesamt gute Aussichten für die gesamte Bustouristik. Negativ könnte sich ein erhöhter Konkurrenz- und Kostendruck durch schon im Markt existierende große Unternehmen entwickeln. Die mit der Marktöffnung verbundenen erhöhten Anforderungen an das Verkehrsmittel Bus lassen die Kosten steigen – beispielsweise müssen Busse bis 2015, bzw. 2019 barrierefrei sein.

Verkäufe über den Preis werden aber nicht zu vermeiden sein. Denn der günstige Preis einer Fernlinienbusfahrt ist der

zeit ein wichtiger Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Verkehrsmitteln. Fernlinienbusveranstalter sollten sich dennoch nicht allein über den Preis profilieren, sondern durch Marke, Qualität, Kundenpflege und ein besonderes Streckenangebot.

Generell ist davon auszugehen, dass sich der Markt nicht von heute auf morgen komplett ändern wird. Wir rechnen damit, dass sich Kooperationen bilden und so auch der Mittelstand von der neuen Regelung profitieren kann. Denn viele kleine und mittelständische Busunternehmen haben nicht die Kapazitäten, um die erforderliche Takt- und Netzfähigkeit für Fernlinienverkehrsdienste anzubieten. Wie einzelne Unternehmen davon profitieren werden, bleibt abzuwarten.

Insbesondere für kleine Städte und ländliche Gebiete sind Fernbuslinien interessant. Sie eignen sich besonders für Strecken bis zu 400 Kilometer. Wünschenswert wäre, dass diese Städte und Regionen mit den Anbietern zusammen arbeiten und so eine Win-win-Situation entsteht.

**Richard Eberhardt, Präsident des Internationalen Bustourismusverbandes (IBV)**

## Entscheidende Belebung



Die Fernlinien-Liberalisierung wird die Branche entscheidend beleben, denn sie sorgt für eine Aufwertung und einen Imagewandel des Reisebusses in Deutschland. Den Unternehmern erschließt sie ein weiteres Marktsegment, in dem sie nicht nur ihr Angebot erweitern und saisonale Schwankungen ausgleichen, sondern sich auch

neue Kundenstämme erschließen können. Mit seinen mittelständischen Buspartnern plant MeinFernbus im Jahr 2013 ein deutschlandweites Fernliniennetz und trägt mit dazu bei, mehr Fahrgäste für Busreisen insgesamt zu begeistern und so auch die Bustouristik zu bereichern. Unsere Buspartner bewerben bei Fahrten für MeinFernbus eigene Angebote und gewinnen so bereits heute neue Kunden.

**Panya Putsathit, Torben Greve, Geschäftsführer MFB MeinFernbus**



## Bus rückt stärker ins Blickfeld



Zunächst einmal sollten alle Branchenbeteiligten die Chancen erkennen, die in dieser Marktöffnung liegen, sowohl ökonomisch wie Image bildend.

Der Bus rückt verstärkt ins Blickfeld der Öffentlichkeit als flexibles, komfortables Verkehrsmittel. Einen direkten negativen Einfluss auf Tagesfahrten oder Städtereisen erwarten wir nicht, weil mit den neuen Fernlinien überwiegend Personen mit entsprechend Zeit und kleinem Budget angesprochen werden, die preisgünstig von A nach B kommen wollen. Mit geschickter Ansprache eröffnet das den Busunternehmen neue Zielgruppen auch für ihre weiteren Reiseprogramme.

**VPR-Vorsitzende Karin Urban**

## Neue Zielgruppen gewinnen



Diese Liberalisierung bietet die Chance das Verkehrsmittel Bus weiter in den Blickpunkt von Reisenden zu rücken. Neue Zielgruppen werden den Bus nutzen, wodurch ein anderes Image, das

jugendlicher und individueller ist, entstehen könnte. Vielleicht gelingt es dadurch die „Einstiegschürden“ für Busreisen zu reduzieren und weitere Formen von Busreisen zu entwickeln. Angst habe ich davor, dass ein Preiskampf bei den Fernlinien entbrennt, und der Bus als „billig“ wahrgenommen wird. Wichtig ist es also auch bei den Fernbuslinien auf Qualität zu setzen und das Verkehrsmittel als bequeme, komfortable Alternative zu positionieren.

**Uli Gerstmeier, Appina Travel**

## Kostenlose Werbung



Ich denke, die Auswirkung auf die Bustouristik wird eher positiv sein. So viel kostenlose Werbung, wie der Bus seit der Debatte um die Liberalisierung der Fernbuslinien bis heute bekommen hat, hatten wir noch nie zuvor. Die Bustouristik ist eher Best-Ager-lastig, also ist es sehr unwahrscheinlich, dass diese Zielgruppe auf den Fernbus als Reisemittel umsteigen wird. Diese Klientel will ein individuelles Reiseprogramm mit Reiseführung haben, also alles in einem Paket. Wer dieses Paket haben will, wird es ganz sicher nicht über den Fernbusverkehr bekommen. Den Fernbusverkehr für Reisezwecke nutzen werden eher jüngere Leute, die vorher mit dem Flugzeug und der Bahn gereist sind. Diese Leute wollen ihre Programme selber gestalten und Städte auf eigene Faust entdecken. Ich sehe den Fernbus als zusätzliches starkes Verkehrsmittel, dass auch Menschen mit geringerem Einkommen die Möglichkeit gibt zu verreisen.

**Sven und Hermann Bader, Bader Reisen**

## Gewinn an Präsenz und Image



Einen Einfluss auf die Bustouristik wird es geben, aber positiv, denn durch die Fahrt mit dem Bus von Stadt zu Stadt gewinnt die Busfahrt an Präsenz und Image. Der Fernbusverkehr ist ein neues und anderes Produkt und unterscheidet sich vom Konzept und der Klientel her von der Bustouristik. Der Fernbus ist in erster Linie ein Verkehrs-

mittel und kein Reisemittel. Sicherlich können wir uns als Fernbusanbieter in Zukunft eine Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern vorstellen, aber wir wollen uns erst einmal auf unser Kerngeschäft konzentrieren.

**André Schwämmlein, FlixBus**

## Chance für die Touristik



Die Freigabe des Fernverkehrs bietet natürlich auch Chancen für die Touristik. Für Reiseveranstalter bietet sich so die Möglichkeit eine individuelle Anreise im Fernbus mit weiteren Angeboten

zu kombinieren. Wir sehen den Fernbus in erster Linie als zusätzlichen Verkehrsträger und nicht als Gefahr für die klassische Bustouristik. Der Imagegewinn den der Bus ganz allgemein derzeit durch die neuen Angebote im Fernbussegment zu verzeichnen hat, wird auch positiv auf die Bustouristik abstrahlen.

**Bastian Roet, Leiter Wirtschaft & Kommunikation, bdo**

## Fluch und Segen zugleich



Ich sehe die Liberalisierung des Fernbusverkehrs als Fluch und Segen zugleich. Auf der einen Seite finde ich es gut, dass der Bus dadurch deutlich an Präsenz in den Medien gewonnen hat.

Auch der Bedarf an Bussen wird dadurch steigen. Fakt ist, im Fernbusverkehr können wir als Mittelständler nur dann Boden gewinnen, wenn wir beachtlich günstiger sind als die Deutsche Bahn. Das heißt, man geht gezielt ein Dumping ein. Der Nutznießer wird dann der Verbraucher sein. Fernbusverkehr wird sich meiner Meinung nach nur in den infrastrukturschwachen Regionen rentieren. Eine Auswirkung auf die Bustouristik wird der Fernbusverkehr nicht haben, denn die Bustouristik ist ein anderer Geschäftsbereich. Generell begrüße ich die Liberalisierung, aber ich empfinde das Ganze als überbewertet und bin deshalb noch sehr zurückhaltend.

**Johannes-Gerd Overhoff jun., Rosi Reisen**



[www.busplaner.de](http://www.busplaner.de)

web

busplaner hat die Entwicklung über die vergangenen Jahre hinweg regelmäßig publizistisch begleitet. Auf unserer Website [www.busplaner.de](http://www.busplaner.de)



bieten wir mit einer Themenseite zum Buslinienfernverkehr die Möglichkeit, die Entwicklungen der vergangenen Jahre nachzuvollziehen sowie Chancen und Risiken der Liberalisierung für die Busbranche abzuschätzen.